



DAFTAR PUSTAKA

- Cooper, R., D., & S.Schindler., P. (2017). *Metode Penelitian Bisnis, Edisi 11, Buku 1*. Salemba Empat.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.
- Hair, J.F., William, C. B., Barry, J., Rolph, E. (2019). *Multivariate Data Analysis, Eighth edition. United Kingdom: Cengage*.
- Isabelle Goyotte, Line Ricard, Jasmin Bergeron, François Marticotte. (2010). *e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context*. Canadian Journal of Administrative Sciences., Vol. 27 Hal 5–23.
https://www.researchgate.net/publication/227537021_e-WOM_Scale_Word-of-Mouth_Measurement_Scale_for_e-Services_Context
- Kotler Philip., Armstrong, G., dan Oliver Opresnik. M (2018). *Principles of Marketing 17th Edition. United States of America: Pearson Global Edition*.
- Kotler Philip., dan Armstrong, G. (2011). *Principles of Marketing. 14eth EEdition*. Pearson Global Edition.
- Kotler, Philip. dan Keller, Kevin Lane, (2016). *Marketing Management 15th Edition, United States of America: Pearson Global Edition*.
- Mahyarani Tiara Ghassani. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Bandeng Juwana Vaccum Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening.*, Vol. 6 Hal 311–319.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/17842>
- Mulyana. (2016). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Indihome.*, Vol. 3 Hal 1476–1483.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/1723>
- Rachmawan, R. F., Rachma, N., & Hufron, M. (2018). *Pengaruh Iklan Internet dan Electronic Word Of Mouth (EWOM) terhadap Minat Beli Situs Online Shopee pada Mahasiswa di FEB Manajemen Universitas Islam Malang*. E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma, 84–95.
- Thomas Kevin Putra Bawono, Tong ; Hartono Subagio. (2020). *Analisa Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Repurchase Intention Melalui Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi Pada Instagram Adidas Indonesia Di Surabaya.*, Vol. 7 Hal 1–10.
<https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/10064/9011>

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Umar, Husein. (2019). Metode Riset Manajemen Perusahaan: Langkah Cepat dan Tepat Menyusun Tesis dan Desertasi. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

